

チャレンジ！！オープンガバナンス 2016 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注)	No. 1	タイトル ・食、お土産等を中心にした観光振興策が乏しい。	自治体名 室蘭市
アイデア名 (公開)	旅人と地元民の心をつなぐ「おもてなしサロン」へようこそ		

(注) 地域課題タイトルは、COG2016 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	U-18 おもてなし室蘭		
チーム属性 (公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
代表者情報	氏名 (公開)	外崎 結杜	

※ 公開条件について

次ページ以降の「2. アイデアの説明」でご記入いただく内容は、内容を確認した上で、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

(注意書き)

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2016_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2016 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2016@pp.u-tokyo.ac.jp

<公開非公開など>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
4. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。
5. 「アイデアの説明」中に、文章、写真、図画などで応募したチーム以外に知的所有権が属する箇所がある場合には、法令に従った引用や知的所有権者の許諾を得るなどをした旨をそれぞれ注として書いてください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。

<チームメンバー名簿>

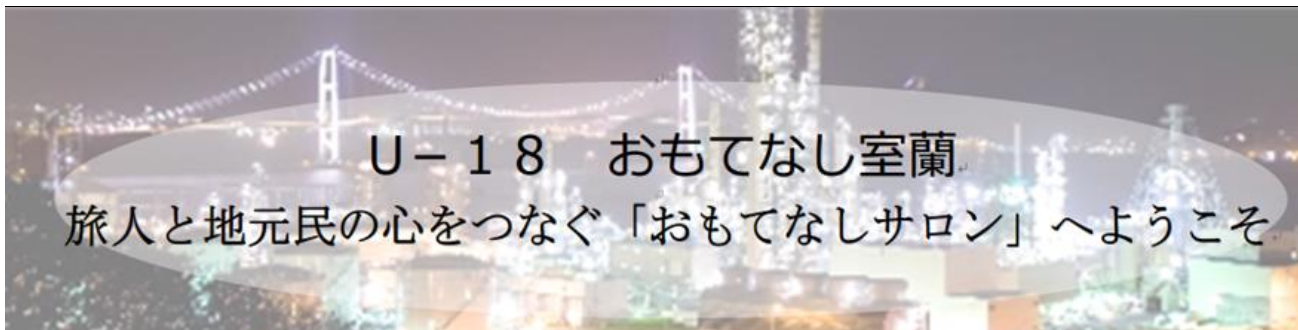
6. チームメンバーは別紙のエクセルファイルに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は COG 事務局からは非公開です。詳細は別紙をご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

データや資料を活用して課題の具体化とその解決につながるアイデア（公共サービス）のストーリーを語ってください。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれがする、何を、どこです、いつする、どのようにするものなのかを考えて、各要素を入れて内容を描きストーリーを整理していくとよいでしょう。以下の欄内でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）



【サービス概要】

- i) 平成 30 年から始まる宮古—室蘭のフェリーで、室蘭を訪れた北海道観光のお客様をメインターゲットに、室蘭でできる最大限のおもてなしとして、夜景、食事、地元民との交流を提供するサービス
- ii) 大型客船で室蘭に来た海外・国内のお客様に地元の専門家から観光情報を生の声で届け、相談を受け、最も興味のあるツアーを提供するコンシェルジュ&添乗ツアーサービス。

【サービス概要詳細】

(i)フェリーで来たお客様をフェリーターミナルにワゴン車で迎えに行く。次に、室蘭環状線を使用し、①室蘭夜景のスポット（白鳥大橋、工場夜景の 2 点）をめぐり、おもてなしサロンで、室蘭のシニア層の職人、高校生（室蘭おもてなし隊）と②交流しながら食事をし、③宿泊も提供するプランを販売サービス。フェリー下船からおもてなしサロンの交流が終わるまで 2 時間半のプランを提供する。お土産にこのツアーのみでもらえる④オリジナル忍者ポルタと室蘭ビンゴを進呈。宿泊費込みで一人 15,000 円。サロンのみの利用は 3,000 円、夜景ツアーのみの参加は 2,000 円で提供。夜景（風景）写真はおもてなしサロンで額に入れ⑤1 年間展示。展示料は印刷代、額縁代で 1,000 円。

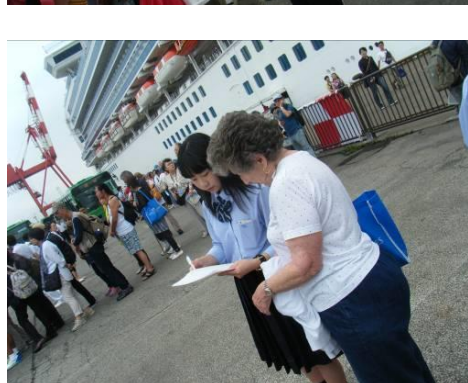
(ii) 年に 5~6 回来航する海外からの⑥大型客船のお客様に対し、下船場所である⑦崎守埠頭に室蘭おもてなし隊が出向き、⑧景勝地、木工加工、グルメ、史跡、温泉、文化交流、スカイフィッシングについて説明し、最も興味があるアクティビティを選択してもらい、観光ツアーを提供する。おみやげに忍者ポルタと室蘭ビンゴを進呈。ツアーコンダクターは室蘭おもてなし隊が担う。移動は自社持ちのワゴン車、タクシーを使う。人数次第で大型車両も用いる。景勝地観光 2 時間 15,000 円⑨（昼食込）、木工加工 3 時間 15,000 円（昼食込、作品の送料別途）、グルメツアー 10,000 円（食事各自）、史跡ツアー 2 時間 15,000 円（昼食込）、文化交流 3 時間 15,000 円（昼食込）、スカイフィッシング 2 時間 10,000（昼食込）。



(2) アイデアの論拠（公開）

アイデアの論拠（なぜこのアイデアにするのか）を、それをサポートする数値データ（実績、統計やアンケートなど数字であらわされるもの）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつご記入ください。数値データや証拠は出所を明らかにしてください。以下の2ページの欄内におさまるようお願いします。

- ・室蘭市の魅力を模索するワークショップに参加した際、**室蘭にはまだ人に知られていない魅力的な場所や楽しみ方がある**と知り、それらを発信していくことができないかと考えた。
- ・過去にフェリー航路があったとき、港から来た観光客のほとんどが休息をとらずに**室蘭を素通り**して、登別温泉や洞爺湖温泉など他の観光地に行ってしまうことが多いと知った。室蘭で楽しみ、ゆっくり過ごし、心のゆとりを持って北海道を巡ってほしいと思った。
- ・既に室蘭にはナイトクルージングや夜景観光バスなどがあるが、平成30年に今までトライアル運行をしていた「**室蘭夜景観光バス**」が終了する。平成30年は宮古―室蘭のフェリーが運航を開始する年でもある。また、**ちょうど18時に室蘭に着く**。「室蘭夜景観光バス」の代わりになるような夜景観光プランを作れないかと思った。
- ・従来の観光プランは事前に観光客がインターネットなどで情報を集めて申し込んでいたが、実際には**生の声で説明を受けて**チョイスしたいという要望があることを知った。お客様に直接説明してから、行き先を決めてもらうような観光プランができないかと思った。
- ・平成28年7月31日に来たダイヤモンドプリンセス号の海外のお客様に「**室蘭の何処を見に行きたいか**」という旨の質問をしたところ、**街並みや景色を楽しみたい、ここにしかない食文化を楽しみたい**という回答を多く頂いた。しかし、会話をしていく中で海外の人（特に年配の方）は**現地の日本人との交流**を求めているように感じられた。自国の話をし、日本の話を現地の人から聞いてみたいという気持ちが強かった。その要望をうまく叶えられないかと感じた。同時に国内のフェリー観光の乗客も高齢者が多いことを知り、海外の方と同様に年配の方は、**旅先の地域の人との交流**も求めていると感じた。
- ・室蘭は鉄の町としての知名度はあるが、鉄製品は意外に知られていない。しかし「ボルタ」という**室蘭発祥の鉄製の人形**があり、全道的な知名度がある。ダイヤモンドプリンセス号のアンケートから、海外のお客様は、室蘭であっても「**日本らしさ**」「**和**」を求めていることを知り、ボルタ工房の方の協力を得て、「和」の「**忍者ボルタ**」を共同作成した。忍者ボルタの出来は大変良く、海外の方



に聞いたところ大変好印象であり、室蘭オリジナル商品として高いアピール力があると実感した。

- ・市の港湾部でのヒアリングで、室蘭港は噴火湾の更に内側に返しのような形で存在しており、波が静かで穏やかな**天然の良港**であることが特徴で、船員からは「湖みたいな港」とも言われていると知った。この港の特徴を活用するアイデアは室蘭の魅力を高めることになると思った。
- ・ボランティア活動をして、室蘭では仕事を退職し、何もすることがなく、ずっと家にいるという高齢者や、人と触れ合いたいが、そのようなことができる環境がないと困っている高齢者が多くいることを知った。そんな地域の**高齢者に活動を提供し、生きがい**を感じてもらい、地域の活性化にうまく活かすことができないかと思った。
- ・室蘭で開催したチャレンジショップにきたお客様の大半が高齢者で、販売をしていた高校生と会話を楽しんでいた。若い世代と年配の方が**交流できる場所**を提供、発信できないかと思った。
- ・室蘭の人口は1970年に約16万人あったが、現在は約9万人まで急激に減少した。そのため、商店街を中心に街全体が活気を無くしたといわれているが、**私たち高校生は、室蘭はいい街だ**と思っている。室蘭の良さをたくさんの人に発信したいと思った。



外国人宿泊客の推移								(単位:人)
国	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28上半期	
中国	59	348	216	160	1,541	5,053	3,653	
韓国	50	54	109	97	153	206	83	
台湾	17	20	23	81	58	175	1,142	
香港	37	10	24	25	41	54	309	
シンガポール	17	5	17	48	93	58	40	
マレーシア	26	-	34	26	36	45	42	
タイ	7	4	8	20	48	151	17	
インド	11	39	7	28	56	14	7	
インドネシア	-	-	-	0	223	369	3	
フィリピン	-	-	-	19	217	56	16	
ベトナム	-	-	-	17	7	19	0	
ロシア	101	25	18	9	58	108	6	
イギリス	13	9	13	11	32	54	29	
フランス	189	132	127	52	94	45	56	
ドイツ	50	77	20	10	23	20	7	
アメリカ	28	74	132	67	46	53	19	
カナダ	5	7	7	2	12	4	7	
オーストラリア	21	12	19	12	30	14	8	
その他	520	270	423	93	93	270	635	
計	1,151	1,086	1,197	777	2,861	6,768	6,079	

観光入込客数の推移								(単位:人)
場所	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28上半期	
地球岬	248,870	180,322	175,948	168,039	163,356	179,215	111,061	
白鳥湾展望台	136,355	98,286	90,511	86,577	83,444	89,078	52,293	
白鳥大橋記念館	331,748	326,312	445,921	494,172	483,375	538,823	473,052	
行権事	111,288	75,712	124,682	50,565	62,188	62,198	61,704	
その他	269,341	267,163	273,885	265,252	257,409	258,127	228,551	
計	1,097,602	947,795	1,110,947	1,064,605	1,049,772	1,127,441	926,661	

データ拠出：室蘭市観光課より

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現にいたるプロセスとマイルストーン等、アイデア実現までの大まかな流れについて、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

【必要な経営資源（ヒト、モノ、技術・ノウハウ）の確保を行う。】

・移動車両（自社持ちワゴン車の購入とタクシーの契約。タクシーは、季節や予約人数ごとに手配する車種を変更する。）

→タクシー会社との商談

・クレジット端末、調理場所、料理の提供機材、写真印刷プリンター、掲示用備品の調達

→資金調達と用具備品の購入

・ホテルの客室、事務所（ほつとな～るを借用）の確保

→ホテル、不動産関係の商談、契約

・【室蘭おもてなし隊】おもてなしサロンで室蘭の歴史、名所を伝えられる語り手(100年保存会という室蘭の歴史を詳しく知っている人たちが多数集まっている団体が存在)、お客様をお茶や会話でおもてなしできる地元の高校生(茶道部・インターアクト部)、夜景写真の解説や夜景の撮影指南を行える写真家、定年退職した木工・鉄工業関係で働いていた技術者(何を作っていたのか詳しく説明できる)、海鮮や室蘭やきとりの飲食店を経営していた料理人、地元のイベントで活躍しているJ A Z演奏者。なお、おもてなし隊は外国客船来校の際は、観光コンシェルジュ兼ツアーコンダクターを担う。

→各種関係者との商談、研修、教育

【販売方法】

・プランの申し込みはHPからメール・電話・FAX・郵送で行う。3日前までの事前予約制とし、乗車する際にプランの金額を支払ってもらう。決済は現金もしくは端末を用意しクレジットカードも可能。

・(i)のプランは変更が可能。夜景のみ、ふれあいサロンのみのオーダーも受け付ける。それに応じて金額も変動する。

【広告方法】

・ラジオ（ローカルラジオ局のFMびゅー）告知と新聞折り込みチラシ(室蘭民放6万部、北海道新聞5万部)での宣伝を行う。

・アドバルーンを港に設置する。

・HPは観光プランの紹介だけでなく、室蘭の観光地、名産品、ホテルの場所も記載し、そのHP自体がおもてなしの第一歩となるようにする。【下試作ページ】

・おもてなし隊からのツイッター、フェイスブックでの発信。



(4) そのほか（公開）

アイデアのアピールポイントや、アイデア実現に当たっての制約があればそれとその当面の解決方法、さらに将来の発展可能性（例えば「将来的に xx という制約をクリアできれば、追加で○○ということが実現できる」など）について、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。

【競合品の確認】

- ・下船客ターゲットのツアーはあるが、室蘭自体を楽しんだり、地元民との交流を目的にしたものはない。
- ・室蘭の夜景を見学できるツアーは既に存在しているが、まもなく終了する。
- ・豪華客船用の既存の観光ツアーでも市内観光のバスは出ているが、詳しい説明がないままツアーを選んでもらっている様子が見えた。そして海外から室蘭の情報を知ることのできるツールが少ないため「とりあえず観光をしたいからバスに乗る」といった人が多かった。（海外客へのアンケートより）

【実現への課題】

- ・定年退職した職人・人材が集まるかどうか

→新聞折り込みでの募集、ハローワーク、シルバー人材センター、商工会、市役所の産業振興課と連携して求人する。

- ・注文を十分に取れるか

→サービスの告知を継続し、接客対応レベル向上、イベントの精査、告知方法の検討を常に行う。口コミ、SNSでの広告を特に重視する。

- ・天候の影響で船の到着時間が変動する

→室蘭港は日本有数の穏やかさのため、頻度はほかの港に比べて少ないそうであるが、運航や遅れが時に生じる。遅れた場合はツアーの一部縮小を行い実施する。

- ・客数が安定しない

→タクシー会社とも連携し、必要車両の調整をこまめに行う。

- ・リピートが見込めるか

→お客様が撮影していた夜景写真を1年間展示することで室蘭への興味・関心を長期間持つて頂けるようにする。当初はフェリー客をメインにしていくが、徐々に全道のお客様の増加も狙う。ダイレクトメール等で新しいイベントやサービスの告知をする。

- ・言葉の壁

→おもてなし隊は基本的な英会話対応を行うが、そのための研修と事前準備を行う。